

Gestion de la relation client au Drive : Déployer une stratégie gagnante

A QUI S'ADRESSE LA FORMATION

Responsable de drive,
responsable de la relation clients/marketing, autres salariés évolutifs

Ne nécessite pas de pré-requis

ORGANISATION

Durée : 2 journées (14 heures)
Module de formation sur site

ATELIER SCA

Ce module peut s'intégrer à vos ateliers SCA ⁽¹⁾

METHODES

Module construit dans un esprit pragmatique, avec des exercices pratiques et des mises en situation alternant cas « réalistes » et cas « décalés » pour permettre à chacun de prendre le recul nécessaire et d'intégrer les outils et les meilleures pratiques.

⁽¹⁾ formations organisées par la SCA (GTRH ou GTDrive) avec un contenu personnalisé pour un groupe de participants issus de différents Drive

Seuls les meilleurs drives resteront...



Le marché du drive est en pleine mutation. À une période de relative "euphorie", succède aujourd'hui une phase de gestion précise qui permettra aux meilleurs drives de perdurer face à une concurrence de plus en plus accrue. Les clients « Drive » d'aujourd'hui sont plus exigeants qu'hier, en recherche de qualité (accueil personnalisé, fraîcheur produits), de respect de la promesse de service (pas de rupture, rapidité à la livraison) et sont sensibles aux petites attentions personnalisées (échantillonnage, promotions ciblées).

Afin de conserver ses parts de marché et de gagner du terrain sur ses concurrents, il est donc indispensable que le responsable de drive et son équipe élèvent le niveau de qualité de service de leur drive et fassent preuve de dynamisme commercial tout au long de l'année (actions de fidélisation, de reconquête et de recrutement).

Objectifs de la formation

Pérenniser et développer son portefeuille clients, se démarquer de la concurrence
Entretenir la relation client locale avec les moyens et valeurs d'une enseigne nationale

Programme réf. : P.FO.RECLID

- **es spécificités du canal de distribution Drive**
Marché, typologie et attentes clients
Les contacts lors du processus d'achat
- **Notion de compte client**
L'accueil sur le point de vente
La facturation et les avoirs
- **La communication Drive et le community**
L'emailing commercial, relationnel, information
Créer la confiance via Facebook et twitter
- **Les moyens de lutte contre la fraude client**
Outils de contrôle/ 3DSecure
Améliorer les procédures internes
- **Accueillir et être au service du client**
Les discours selon la maturité client
Gestion des retours et des sacs
- **Gérer les typologies d'avoirs**
Les différents avoirs et leurs spécificités
- **Les interactions avec le Service de Relation Client (SRC)**
Aide en ligne
- **Développer les clients professionnels**
Les actions à mener avec le magasin
- **Analyse des données carte de fidélité, exploitation de la base marketing Drive**
- **Actions marketing spécifiques Drive**
Les opérations spécifiques Drive
- **Le pilotage de la relation client Drive**
Intégrer la relation client au quotidien